

كراسات صحفية وإعلامية

إعلام المواطن

اتجاهات مستقبلية

د. محمد شومان

السنة الأولى - العدد الأول - يناير ٢٠١٢



رئيس مجلس الادارة
عبد الفتاح الجبالى

مدير المعهد
د. حسن ابوطالب

المستشار العلمى
د. حمدى حسن أبو العينين

التصميم الفنى والغلاف
وليد نايف

كراسات صحفية وإعلامية

إعلام المواطن

اتجاهات مستقبلية

د. محمد شومان

معهد الأهرام الاقليمى للصحافة
مؤسسة الاهرام
المبنى الحديث الدور الثالث - ش الجلاء - القاهرة - ج.م.ع
هاتف: ٢٧٧٠٤٥١٥ (٠٠٢٠) فاكس: ٢٥٧٨٦٢٩٩ (٠٠٢٠)
ahrij@ahram.org.eg

السنة الأولى - العدد الأول - يناير ٢٠١٢

مقـــدمـــة

مع الاندماج والتكامل بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال بدأ تَشَكُّل معالم مجال أو حقل جديد يعرف أحياناً بالوسائط المتعددة **Multimedia** أو وسائل الإعلام الجديدة **New Media** أو وسائط الاتصال الفورية **Media On-line** ، وربما تعكس هذه التسميات وتعددها، وعدم الاتفاق عليها - رغم أنها تسعى للإحاطة بشيء أو ظاهرة واحدة - عدة إشكاليات مثيرة لعل أهمها :-

١- إن عدم استقرار استخدامات وسائل الإعلام الجديدة وتطورها المتسارع نتيجة التطور المتواصل في تكنولوجيا الاتصال والمعلوماتية واتساع قاعدة المستخدمين للإنترنت لم يَحُل دون استمرار تطبيقات وسائل الإعلام الجديدة والاستفادة منها، أي أن التطور التكنولوجي كان يتم عبر الاستخدام والتجريب، في الوقت الذي كان يقود التجريب والاستخدام إلى تطوير تكنولوجيا الاتصال والمعلوماتية خاصة فيما يتعلق بسرعة التحميل وبرامج التصفح وسرعة نقل الصور والملفات واستخدامات الوسائط المتعددة .

والإشكالية هنا أن هذه العملية الجدلية المستمرة والمعقدة كانت تجرى في ظل انضغاط هائل للزمن. ففي كل يوم أو أسبوع تظهر تطبيقات جديدة وتكنولوجيات حديثة تحدث تغييرات وتحولات تتطلب أنواعاً جديدة من المهارات والخبرات، فضلاً عن مهام التدريب والبحث والتنظير (١).

٢- إن التطور السريع في مجالات تكنولوجيا الاتصال والمعلوماتية والإعلام الجديد حال دون تبلور الظاهرة أو استقرارها بما يسمح بدراستها وبلورة أطر ومفاهيم نظرية أو نظريات قادرة على تفسير ما يحدث وتحديد القوى الأساسية التي تتحكم في حركة هذا التطور، ولذلك سبق التجريب والاستخدام الواسع لوسائط الإعلام الجديدة الجهود النظرية والبحثية، وقد شكلت هذه الوضعية صدمة نظرية في مسار تطور العلوم الاجتماعية التي انطلقت من فرضيات ومسلمات الاستقرار النسبي للظواهر الاجتماعية - بما فيها الظاهرة الإعلامية - ثم إخضاعها للدراسة ومن ثم بلورة مفاهيم ونظريات تفسر تلك الظاهرة.

إن الفجوة تتسع بين مجال أو ميدان استخدامات وسائل الاتصال الجديدة وبين جهود البحث العلمي والنظري والتي ينبغي أن يكون لها أدوار ومهام متعددة لتفسير وتطوير ظاهرة وسائل الاتصال الجديدة.

مؤلف العدد: **د. محمد شومان أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام الدولى بأكاديمية الشروق**

من زاوية أخرى يثير التطور المذهل واليومي في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات مجموعة من التحديات غير المسبوقة للبحث العلمي الاجتماعي وأدواته، فمع وسائل الإعلام الجديدة وظهور الانترنت أصبحت كثير من المفاهيم والأطر النظرية في حاجة إلى مراجعة، كما أن العينات ووسائل جمع المادة وأدوات تحليل المضمون أو الخطاب وغيرها باتت أمام طيف واسع من الفرص والتحديات التي تتطلب أنواعاً جديدة ومبتكرة من التفكير والإبداع (٢).

٣- إن الاندماج والتكامل بين تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والإعلام أحدث تحولات مهمة في الحدود الفاصلة بين مجموعة من العلوم والتخصصات المختلفة، وأقصد تحديداً علوم البرمجيات وهندسة الكمبيوتر والمعلومات والإعلام، ودفعها - دون استعداد مسبق - إلى التقارب والتعاون في مجال مشترك جديد رغم افتقارها إلى تراث التعاون والعمل المشترك، الأمر الذي يثير مشكلات مهمة حول حدود كل علم وعلاقته بالآخر، فضلاً عن تحديات إعادة تأهيل الباحثين والمشتغلين بهذه العلوم والتخصصات للانفتاح على العلوم والتخصصات الأخرى، إذ لا يكفي القول بأن مجال المعلومات والاتصالات أو وسائل الإعلام الجديدة هي تخصص مشترك Interdisciplinary بل ينبغي تعميق العمل والتعاون والفهم المشترك لكل المتخصصين والمهتمين بالمجال حتى يمكننا جميعاً تقديم إسهام أفضل لفهم ما يجري والاستفادة منه.

أعتقد أن الإشكاليات الثلاث السابقة على قدر كبير من الغموض والتعقيد، والذي يتجاوز أهداف وقدرات هذه الورقة، إلا أن ما يهمني هو انعكاسها على مفهوم إعلام المواطن citizen media والذي يكتسب كل يوم أرضاً جديدة بين الجمهور بل وبين وسائل الإعلام التي أُتفِقَ على تسميتها بالتقليدية. فإعلام المواطن هو أحد نتائج أشكال الإعلام الجديد إن لم يكن أهمها علي الإطلاق. لكن إعلام المواطن يثير كثيراً من الإشكاليات تتعلق أولاً بقضايا الدقة والمصداقية والتوازن فيما يقدمه من أخبار وآراء، وثانياً بعلاقته بمؤسسات الإعلام التقليدية، وهل يمثل تحدياً لنظام عملها واقتصادياتها، وربما وجودها؟ أم أنه يمكن أن يتكامل ويدعم وظائفها وأدوارها المجتمعية. ثالثاً بالجوانب القانونية الخاصة بحقوق النشر وحماية الخصوصية وجرائم القذف عند قيام مواطنين عاديين بجمع ونشر الأخبار والآراء بدون دراية بالمسائل القانونية أو تدريب كاف.

أولا: إعلام المواطن

لا يفرّق كثير من الخبراء والباحثين بين إعلام المواطن وصحافة المواطن حيث يعتبرون الأول امتداداً أو نوعاً من التوسع لصحافة المواطن في استخدام الوسائط المتعددة، كنتيجة طبيعية لما توفره تكنولوجيا الاتصال والتطور السريع في الإنترنت من أدوات جعلت من إنتاج وتداول الأخبار علي الويب وعبر المدونات ومواقع الإنترنت والهاتف الجوال ومواقع التفاعل الاجتماعي واليوتيوب أمراً متاحاً لجميع المواطنين على مدى الساعة وعبر العالم.

بينما يميز فريق آخر من الباحثين بين إعلام المواطن وصحافة المواطن من أكثر من زاوية أهمها أن راديو وتليفزيون الإنترنت يختلفان في أدوارهما ووظائفهما أحياناً عما تقدمه المدونات ومواقع الويب من أخبار وآراء حتى وإن استخدمت الصوت ومقاطع الفيديو، بل ويختلف عما يقدمه اليوتيوب. إذ أن راديو وتليفزيون الإنترنت يعملان بشكل كامل كبدائل لمحطات الإذاعة والتليفزيون التقليدية. وبالتالي فإن إعلام المواطن أوسع من صحافة المواطن من منظور أن الأول يشمل الصحف والمجلات الإلكترونية والمواقع الإخبارية والمدونات والمنتديات ورسائل الهاتف الجوال والمواقع الاجتماعية واليوتيوب وراديو وتليفزيون الإنترنت.

وبغض النظر عن قوة المنطق والبراهين التي يعتمد عليها أنصار التمييز بين إعلام المواطن وصحافة المواطن إلا أنني أميل لتأييد وجهة النظر التي لا تميز بين صحافة المواطن وإعلام المواطن، بالنظر إلى التحول في مفاهيم الصحافة والإعلام والتداخل بينهما، وصعوبة التمييز بينهما إضافة إلى احتمالات ظهور أشكال جديدة من الإعلام أو الصحافة. في هذا السياق تجدر الإشارة إلي صعوبة الفصل مثلاً بين استخدامات الإنترنت في التواصل الاجتماعي وإيجاد هويات اجتماعية جديدة والأعمال التجارية وبين ممارسة أنشطة إعلامية، فالمواقع الاجتماعية أو مواقع الشركات تمارس بشكل أو بآخر أنشطة إعلامية، فهي تنتج وتروج لأخبار وصور وآراء.

وركزت المناقشات المبكرة التي دارت حول إعلام المواطن باعتباره بديلاً عن حارس البوابة الذي يفرض نفسه على وسائل الإعلام الأخرى، في إشارة واضحة لما يتمتع به من حرية، وأكد فريق ثان من الباحثين علي كونه إعلاماً مفتوح المصدر، واعتبره فريق ثالث الصحافة الشعبية الحقيقية، بينما أكد فريق رابع من الباحثين أنه سيقدم محتوى مختلفاً عما هو سائد في وسائل الإعلام التقليدية سواء بالنسبة للأخبار أو الآراء أو التعليقات والصور والأحاديث.

يقدم ليمان تعريفاً طريفاً ولكنه مؤثر لصحافة المواطن فهي «المواقع التي تنشر مساهات الناس الذين لا يجدون وظائف من خلال وكالات الأنباء لكنها تؤدي وظيفة مشابهة»، هؤلاء الصحفيون المواطنون «يقدمون لنا معرفة هي عبارة عما يحدث في الأماكن التي يعيشون ويعملون فيها، وقد يقدمون لنا صورة للعالم أغنى من التي نحصل عليها من وكالات الأنباء المألوفة»، وقد انتشرت صحافة المواطن في السنوات الأخيرة، ويرجع ذلك أساساً إلى نمو التكنولوجيات الجديدة التي تسمح للمواطنين العاديين بالكتابة، والتصوير، وتحرير، وتوزيع المحتوى على وسائل الإعلام الخاصة. وتكفي الإشارة إلى ارتفاع استهلاك المواد عبر الإنترنت (الفيديو ٦٦ ٪ بين عامي ٢٠٠٧ و ٢٠٠٨)، وبطبيعة الحال فقد أصبح الرقم قديماً للغاية.

ويمكن القول بوجود ثلاثة مداخل في تبني مفهوم إعلام المواطن على النحو التالي:

المدخل الأول: ظهر هذا المدخل قبل ظهور الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد، وتأثر بالمعطيات التاريخية والسياسية لدول أمريكا اللاتينية في الثمانينات، حيث كانت تعاني من أنظمة حكم عسكرية شمولية فاسدة، وتطلع شعوبها لممارسة الديمقراطية واحترام حقوق

الإنسان وفي مقدمتها حق الاتصال، في هذا الإطار ظهرت مساهمات أستاذة الإعلام الكولومبية الأصل روديغير كليمنسيا والتي تعتبر أول من استخدم مفهوم إعلام المواطن عام ٢٠٠١، لتصف به العمليات التي يقوم بها المواطنون للمشاركة في مجتمعاتهم المحلية من خلال استخدام وسائل اتصال مستقلة تعتمد علي الموارد المتاحة. وقد أجرت رودريغير بحوثاً عديدة منذ عام ١٩٨٤ على وسائل الإعلام البديلة ووسائل إعلام المواطنين في سياقات دولية مختلفة من بينها نيكاراغوا وكولومبيا وأسبانيا، وشيلي ، وبين المجتمعات اللاتينية في الولايات المتحدة. وقد تأثرت روديغير بإسهامات عدد من مفكري أمريكا اللاتينية، التي دعت لإيجاد وسائل بديلة لبناء مجتمعات أكثر ديمقراطية، واستكشاف وسائل الإعلام البديلة. وقد ركز العلماء علي الخصوصيات المعقدة لهذه الأدوات التواصلية، ووجدوا أن وسائل الإعلام البديلة يمكن أن تلعب دوراً هاماً في تحقيق المشروع الديمقراطي مثل:

(١) أن وسائل الإعلام البديلة يمكن أن تعطي صوتاً لمن لا صوت لهم. وبالتالي كسر ثقافة الصمت.

(٢) يمكن لوسائل الإعلام البديلة تمكين الفئات المهمشة في المجتمع والحد من عدم المساواة؛ وقد أظهرت المشاركة في مشاريع وسائل الإعلام البديلة القدرة على تعزيز شعور الناس في الحكم الذاتي وثقتهم في إمكاناتهم الشخصية.

(٣) يمكن لوسائل الإعلام البديلة تحقيق التواصل مع المجتمعات المعزولة.

(٤) وسائل الإعلام البديلة يمكن أن تعزز قدرة الأفراد على تعلم وإدراك التناقضات السياسية والاجتماعية concretization.

(ه) يمكن لوسائل الإعلام البديلة أن تكون مصدراً بديلاً للمعلومات. حيث لا تتأثر بالضغوط الاقتصادية أو السياسية كما هو الحال في وسائل الإعلام التقليدية، وبالتالي يمكنها الحفاظ على موقف مستقل عند معالجة جمع وتوزيع المعلومات.

(٦) يمكن استخدام وسائل الإعلام البديلة لتعزيز الاتصال بين الأطراف في الصراع، فهي تتمتع بالاستقلال وبالتالي يمكنها فتح قنوات اتصال كانت شبه مستحيلة في السابق، ومن ثم يمكن لوسائل الإعلام البديلة أن تلعب دوراً في زراعة مشاعر التسامح بين المجتمعات للتغلب على التجارب الماضية من العنف الشديد (٣).

المدخل الثاني: إذا كان المدخل الأول قد عكس أوضاع أمريكا اللاتينية وما كان يعرف بالعالم الثالث، فإن المدخل الثاني قد ربط بين إعلام وصحافة المواطن وبين صحافة المجتمع المدني Civic Journalism والتي ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية في أواخر الثمانينات من القرن الماضي كرد فعل طبيعي علي الانتقادات الواسعة لما تقوم به وسائل الإعلام من أدوار ووظائف تقليدية مثل نقل أخبار النخب وطرح قضايا لا تهم المواطن العادي، وتغليب قيم الصراع والموضوعية في التغطية الإخبارية على قيم إشراك الجمهور وحل مشاكل الناس والدفاع عن المظلومين وتفعيل النقاش العام في المجتمع وتحسين شروطه.

ومثل هذه الانتقادات لم تكن جديدة إلا أنها اكتسبت زخماً وتأثيراً مضاعفاً مع تدني نسب مشاركة المواطنين في الانتخابات وتراجع توزيع الصحف وانخفاض نسب مشاهدة البرامج الإخبارية، ومن ثم ظهرت تجارب كثيرة تحت مسمى صحافة المجتمع المدني، لم تقتصر على الصحافة المطبوعة، بل اتسعت لتضم إليها محطات إذاعية كثيرة، وفي إطار صحافة المجتمع المدني تراجع مفهوم الجمهور وتصدر المشهد العام مفهوم المواطنة حيث ارتبطت تجارب صحافة المجتمع المدني بحركة عامة تدعو إلى استعادة وتفعيل مفهوم وأبعاد المواطنة الحقة، استناداً إلى فكرة هابرماس عن المجال العام وضرورة قيام وسائل الإعلام بتوسيع وتفعيل المجال العام كشرط لا غنى عنه لتشكل رأي عام حر يشارك في صياغته مواطنون أحرار، بعيداً عن كافة أشكال القهر والاحتكار السياسي والإعلامي. في ضوء ذلك يمكن القول

إن صحافة المجتمع المدني تعمل من أجل الحفاظ علي الخطاب العام وتدعيم مشاركة المواطنين والدفاع عن قيم الديمقراطية وتفعيلها في مواجهة الشركات الإعلامية الكبرى التي تحتكر الخطاب الإعلامي بوسائل وأدوات متنوعة، ومن ثم تهيمن علي المجال العام.

إن صحافة المجتمع المدني، أو الإعلام بشكل عام، لا يقدم فقط الأخبار والمعلومات إلي المواطنين، بل يساعدهم على أداء دورهم كمواطنين ويدفعهم للمشاركة في إنتاج الخطاب الإعلامي، أي أنه إعلام لا يسمح للمواطنين بالبقاء كمتفرجين أو متلقين سلبيين للأخبار والمعلومات والآراء بل يجب أن يكونوا مشاركين. في الوقت ذاته فإن وسائل الإعلام عليها ألا تكتفي بنقل الأخبار ورصد المشكلات بل بالتفاعل معها لخدمة المجتمع السياسي وتفعيل الديمقراطية، وعليها أن تنحاز لأغلبية المواطنين، ولا تكتفي بدور الناقل أو المتفرج، مما يحقق في التحليل الأخير نوعاً جديداً من التشاركية بين المواطنين ووسائل الإعلام وبينهما وبين المجتمع السياسي.

وقد مارست صحيفة من كل خمس صحف يومية أمريكية شكلاً من أشكال صحافة المجتمع المدني في الفترة من ١٩٩٤ - ٢٠٠١، وفي السنوات التالية، تطورت تلك التجارب واتخذت أشكالاً متنوعة خاصة مع انتشار مواقع الإنترنت والمدونات وإذاعات الإنترنت، وعمدت بعض تجارب صحافة المجتمع المدني إلى تغيير في بعض المفاهيم التقليدية للصحافة والإذاعة ووظائفها وطريقه عملها، بحيث لا يقتصر دورها على تقديم الأخبار للناس، بل تمكين الناس من فهم الأخبار ومناقشتها، بل وأحياناً صناعتها حيث اشترك بعض المواطنين في تغطيه بعض الأخبار وكتابة قصص إخبارية، واشترك آخرون في العمل داخل صالة التحرير أو غرفة الأخبار في محطات إذاعية محلية. كما ارتفعت نسبة مشاركة المواطنين في بعض مواقع الانترنت الإخبارية واعتمد كثير من الصحف علي صور وموضوعات صحفية نشرت في مدونات لمواطنين لم يسبق لهم احتراف أو ممارسة العمل الصحفي (٤) .

ومع انتشار استخدامات الإنترنت وظهور وسائل الإعلام الجديد كان من الطبيعي أن تتطور تجارب وممارسات صحافة المجتمع المدني في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا وبعض الدول الأوربية وتدخل في سياق تيار صحافة المواطن وإعلام المواطن، وقد ربط كثير من الباحثين بين صحافة المجتمع المدني وصحافة المواطن واعتبروا أن الأخيرة امتداد طبيعي تاريخي وفكري وسياسي للأولى.

وقد صنفت جيه دي لاسيكا المحتوي الذي يبتكره المواطن الإعلامي في ٦ فئات هي:-
القصص الإخبارية التي يكتبها شخص مقيم ضمن مجتمعه، ومشاركات الجمهور المتلقي مثل تعليقات المواطنين، والمدونات، مقاطع فيديو وصور التقطت بكاميرات هواتف محمولة.
المواقع الإخبارية والمعلوماتية المستقلة.
المواقع الإخبارية ذات المعالجة الناضجة.
المواقع الإعلامية التي يشترك أو يتطوع أصحابها في إنتاج محتواها.
الأنواع المختلفة من الإعلام الارتجالي مثل المجموعات البريدية والنشرات الإخبارية .
المواقع الإذاعية الشخصية.

المدخل الثالث: يربط هذا المدخل بين إعلام المواطن وبين مجتمع الشبكات في عصر المعلومات بحسب الأطروحة الشهيرة لعالم الاجتماع الأسباني الشهير مانويل كاستيل والذي يرى أن الشبكة هي البنية الاجتماعية الجديدة لعصر المعلومات، عصر المجتمع الشبكي المكون من شبكات الإنتاج والقوة والتجربة، حيث تقوم هذه الشبكات بدورها في بناء ثقافة افتراضية في إطار التدفقات المعولمة، متجاوزة بذلك مفهومي الزمان والمكان، فقد حصل في عصرنا هذا الاختراق الجارف للمجتمع الشبكي. ومقابل التشبيك المتعولم -

الذي يعد الظاهرة الأبرز في مجتمع المعرفة - تقف الذات التي تشير للهويات الفردية والجماعية، وتحاول الحفاظ علي حياتها (٥).

واهتم كاستيل بالإعلام في إطار المجتمع الشبكي، حيث تحدث عن المواطن الرقمي digital citizen، الذي يقاوم إعلام المؤسسات الكبرى، وتسمح له تكنولوجيا الاتصال والانترنت بممارسة الإعلام الشخصي self mass com، الذي ينقل سلطة الاتصال من مؤسسات الأخبار الكبرى (المؤسسات الإعلامية) إلى المواطن بشكل موحد وعبر العالم، فالشعور بالمحلية يتزايد وفي الوقت نفسه يتداخل مع العالمية، ونتيجة لذلك فإن الحدود بين المجتمعات المحلية والافتراضية والعالمية تصبح غير واضحة بشكل متزايد. من هنا تحدث كاستيل عن مواطن الشبكة، وخلص إلي أن إعلام المواطن يعيد هندسة المعلوماتية في شبكة المجتمع ومن ثم إعادة تشكيل السلطة وتوزيعها (٦).

ويبدو أن بعض المتأثرين بأفكار كاستيل قد ذهبوا بعيداً في تفسير فكرة المواطن الرقمي، والمواطن الشبكي الذي يستطيع من خلال استخدام الانترنت أن يتجاوز الزمان والمكان، لذلك فقد رفضوا مفهوم صحافة المواطن أو إعلام المواطن انطلاقاً من أن المواطنة ترتبط بحدود جغرافية لدولة قومية بينما وسائل الإعلام الجديد تتيح لأي شخص التواصل مع كل البشر (٧).

ثانيا: الاتجاهات الحديثة في دراسة إعلام المواطن

ركزت الدراسات التي تناولت إعلام المواطن علي خمسة محاور:

الأول: الكشف عن الفرص التي يوفرها الويب لإعلام المواطن.

الثاني: وصف طبيعة إعلام المواطن على الإنترنت.

الثالث: وصف مواقع الويب التي يرغب فيها الجمهور ويستخدمها.

الرابع: تحليل الجوانب الاقتصادية لإعلام المواطن خاصة بعد الأزمة المالية ٢٠٠٧-٢٠٠٨ والتي ألحقت خسائر كبيرة بصناعة الإعلام ومن ثم الصحف ومحطات التليفزيون، من هنا تزايد الاهتمام بإعلام المواطن كأحد الخيارات المطروحة للخروج من أزمة الإعلام التقليدي.

الخامس: مناقشة الإشكاليات القانونية والمهنية التي يثيرها إعلام المواطن والإعلام الجديد بشكل عام، وفي مقدمتها حقوق النشر، واحترام الخصوصية، وحق الرد، والثقة فيما ينشر من محتوى، ومدى الالتزام بالتوازن والمصداقية.

ورصد كثير من الدراسات أن تكنولوجيا الاتصال في الفترة من ١٩٩٧ إلى ٢٠٠٣ قد أتاحت لإعلام المواطن التوسع في استخدام الوسائط المتعددة والتفاعلية، وارتفعت تغطية إعلام المواطن لأخبار الرياضة والطقس والجريمة. وقد أجري بعد ذلك مزيد من البحوث على مواقع ومدونات وصحف لمواطنين في ١٥ مدينة أمريكية وكشفت هذه البحوث عن وجود فروق عديدة بينها، وعدم انتظام كثير من هذه الصحف والمواقع، وفي دراسة أجراها مركز بيو عام ٢٠٠٩ علي ما يتوقعه الجمهور من إعلام المواطن، تبين أن ٤٤٪ من الجمهور كثيف الاستخدام للمواقع الإخبارية علي الانترنت يخصص (يحدد) خيارات معينة يتعرض لها، وقال شخص من كل ثلاثة أشخاص أنه يشاهد مقاطع من الفيديو، وأن ٢٤٪ يستمعون أو يشاهدون نشرات أخبار، و٢٧٪ يرسلون قصصاً إخبارية لآخرين.

وكشفت دراسة حديثة أجريت في مطلع العام الجاري عن وجود فروق كبيرة بين مواقع الصحف التقليدية ومواقع ومدونات المواطنين، حيث تتيح الأولى قدراً أكبر من المعلومات، وتسمح بدرجة تفوق مواقع ومدونات المواطنين بتحميل مواد، لكن الأخيرة تستخدم وصلات ومواقع خارجية بدرجة أكبر من مواقع الصحف التقليدية. وانتهت هذه الدراسة إلى أن معظم الاختلافات بين

صحافة المواطن ومواقع الصحف التقليدية يرتبط بالموارد والإمكانيات المتاحة ولذلك فإن صحافة المواطن لا يمكن أن تكون بديلاً عن مواقع الصحف اليومية حتى ولو استمر الانخفاض في موارد الصحف التقليدية، لكنها- أي صحافة المواطن- قد تشكل بديلاً لمواقع الصحف الأسبوعية.

هكذا أضعفت صحافة المواطن دور حارس البوابة gate keeping ، ودور وسائل الإعلام الرئيسية (الصحف والتلفزيون والإذاعة والمجلات)، في تحديد أوليات اهتمام الرأي العام، ولم تعد لديها القدرة الحصرية لتعيين وتحديد طبيعة الخطاب العام. وأوضحت هذه الدراسة أن الجمهور كان ينظر إلى مصادر الإنترنت غير التقليدية بقدر أقل مصداقية من كل مصادر الأخبار الأخرى.

وأشار جيلمور إلى أن تصادم الصحافة والتكنولوجيا ينتج عنه عواقب وخيمة على ثلاث جهات هي: الصحفيون وصانعو الأخبار والجمهور (٨) .

إن تجربة وسائل الإعلام على الإنترنت تعني أن المستهلكين لديهم قدرة أكبر على التفاعل وقوة أكثر في اختيار وتشكيل المشاركة في محتوى وسائل الإعلام. وقد ظهرت قوة صحافة المواطن في تغطية إعصار تسونامي، مما دعا البعض إلى وصف استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الجديد بأنها سلطة رابعة جديدة، متاحة أمام جميع المواطنين بتكلفة زهيدة وبقدرة فائقة على التواصل مع الجمهور المحلي والعالمي.

ثالثا: اتجاهات تطور إعلام المواطن

يعيش الإعلام مرحلة انتقالية صعبة حافلة بالتحولات والتحديات، لكنها بلا شك تمثل تغييراً عميقاً يطال إنتاج وتداول الأخبار والآراء ومهنة الصحافة والإعلام وتدريسها. ولا ريب أن هذا التغيير يطرح إشكاليات وتحديات من نوع جديد، لكن الأزمة الحقيقية أننا نفكر في هذه الإشكاليات والتحديات بطريقة قديمة، كما أن تكنولوجيا الاتصال والإنترنت والتطور المتلاحق في البرمجيات، خاصة البرامج مفتوحة المصدر تجعل من الصعب تماماً استشراف المستقبل أو تحديد سيناريوهات

مقنعة لتطور إعلام المواطن، وشكل العلاقة بين إعلام المواطن ووسائل الإعلام التقليدية. ورغم ضبابية هذه المرحلة الانتقالية فإنه يمكن رصد ثلاثة اتجاهات تتفق رغم ما بينها من اختلافات على أن بيئة الإعلام والإعلاميين قد تغيرت، وأن الجمهور هو الرابح الأكبر ضمن تيار التغيير المتواصل والذي قد يفتح المجال بفعل التطور التكنولوجي لإمكانيات وفرص غير مسبوقة.

١-الاتجاه الأول

يبالغ في الاحتفاء بالآثار الإيجابية للإعلام الجديد وإعلام المواطن، وينظر إليه باعتباره ليس فقط وسيلة للتعبير الحر عن الآراء وممارسة حق الاتصال، وتحقيق الديمقراطية والرقابة الشعبية، بل باعتباره وسيلة للتغيير الاجتماعي وتمكين الفئات المهمشة وتحقيق العدل والمساواة، ودعم مشاركة المواطنين في القضايا العامة الداخلية والخارجية. وهنا يتحدث أنصار هذا الاتجاه عن إعلام المواطن كسلطة خامسة تتفوق علي السلطة الرابعة في عدم خضوعها لسطوة الإعلان والاحتكارات الإعلامية أو رقابة حارس البوابة، وقدرته أيضاً على الاشتباك مع القضايا الدولية وإيجاد رأي عام معولم يمكن أن يدعم من فرص تحقيق السلام بين أطراف متصارعة.

ويؤمن أنصار هذا الاتجاه بأن الإعلام الجديد وإعلام المواطن سيحل محل الإعلام التقليدي، أي أن العلاقة بين الطرفين هي علاقة صدام وإحلال، وستتلاشي بمقتضاها الفروق بين إعلام المواطن والإعلام الاحترافي القائم على التخصص المهني حيث سيمارس جميع المواطنين الإعلام جنباً إلي جنب مع الصحفيين والإعلاميين المحترفين. ويقول هارتلي إن الصحافة كما نعلم قد تكون في الواقع شكلاً انتقالياً، فقد ظهرت في إطار الصراع بين إمكانات الديمقراطية (إن لكل فرد الحق في ممارسة ذلك)، والقدرة التكنولوجية للقيام بذلك. وقد أدى التطور التكنولوجي للإنترنت إلي إزالة الحواجز التي تحول دون النشر، والسماح لمزيد من الناس بممارسة الصحافة، ويؤكد هارتلي الفكرة القائلة بأن الصحافة هي حق من حقوق الإنسان، ويضيف أن هذه الفكرة ليست جديدة وإنما لها جذور قوية في نموذج الديمقراطية

الأمريكية، حيث ظهر العديد من المبادرات منذ ١٦٤٤ والتي ترى أن الصحافة حق من حقوق الإنسان، ولكن في المقابل وجدت الحجج القانونية في الولايات المتحدة عام ٢٠٠٦ فيما يتعلق بتطبيق القانون في كاليفورنيا لحماية الصحفيين المدونين. ويخلص هارتلي إلي ضرورة الحرص على استمرار عمل صحافة المواطن وتشجيعها بعيداً عن مخاوف الصحفيين المحترفين والمؤسسات الإعلامية الكبرى، فمن المهم أن يعمل إعلام المواطن والإعلام التقليدي جنباً إلي جنب، من أجل تحقيق الديمقراطية والحداثة (٩).

٢- الاتجاه الثانى

يعارض فكرة إعلام المواطن ويؤكد على ضرورة الاحتراف والمهنية، ويطعن في دقة ومصداقية المحتوى الذي يقدمه إعلام المواطن، ويدلل على ذلك بمئات الوقائع التي ارتكب فيها مدونون انتهاكات لحقوق الملكية والخصوصية، وعدم الدقة وترويج الشائعات، وقد نظر القضاء في كثير منها. ويتهكم البعض على إعلام المواطن بالقول إنه دعاية مواطن، حيث يسيء البعض استخدام وسائل الإعلام الجديد في الترويج لنفسه وتجارته بدون رقيب.

ويعتقد أصحاب هذا الاتجاه -وأكثرهم من الإعلاميين وأساتذة الجامعات- أن تكنولوجيا الاتصال وتطور الإنترنت قد أتاحت فرصاً كبيرة لمشاركة الجمهور في إنتاج وتداول المحتوى والتفاعل مع وسائل الإعلام، والتعبير الحر عن الآراء، لكن هذه الإمكانيات والفرص لا تبرر أن يحل الهواة مكان المحترفين، أو أن تغلق كليات ومعاهد الإعلام تحت دعوى أن ممارسة الصحافة والإعلام حق من حقوق الإنسان، فالتخصص مطلوب ولا بديل عن الاحتراف في إنتاج وتداول الأخبار ومناقشة القضايا العامة. صحيح إن الأحداث والأخبار قد تقع أمام شهود عيان قد يتمكنون من نقل الحدث والتقاط مقاطع فيديو ونشرها بشكل فوري، كما حدث في تغطية الانفجارات الإرهابية في قطارات لندن في يوليو ٢٠٠٥، وفي غيرها من الأحداث المهمة، لكن تظل هناك حاجة ماسه للاحتراف لضمان الدقة وشمول التغطية الإخبارية وتقديم أكثر من وجهة نظر، خاصة أن شاهد العيان قد يقدم الحدث من وجهة نظره فقط، أو من الزاوية والمكان الذي شاهد فيه وقوع الحدث.

ولا يطالب أنصار الاتجاه الثاني بحظر نشاط المدونين، أو سن قوانين ضد إعلام المواطن، بل يطالبون بأن يقتصر نشاط المدونين علي تبادل الأخبار والآراء الخاصة، والابتعاد عن منافسة الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية. ويجادل أصحاب الاتجاه الثاني بأن الإعلاميين هم مواطنون مثل بقية المواطنين، وقد عملت المؤسسات الإعلامية التقليدية طوال عمرها في خدمة المواطنين ومفهوم المواطنة، وبالتالي لا داعي لإيجاد تمييز بين المواطنين على أساس أن فريقا منهم يعمل بشكل محترف في مهن إعلامية بينما الآخرون يعملون في مهن أخرى ومن حقهم تماماً المشاركة في إنتاج وتداول المحتوى الإعلامي، ولكن ضمن الأطر القانونية والقواعد المهنية ومواثيق الشرف الإعلامي التي تنظم بيئة العمل الإعلامي (١٠).

٣- الاتجاه الثالث

ينطلق أصحاب هذا الاتجاه من فرضية أنه لا توجد وسيلة إعلام تقليدية لا تعتمد على تكنولوجيا الاتصال والإنترنت ووسائل الإعلام الجديد، وبالمثل لا وجود لمدون أو ناشط علي الإنترنت لا يستخدم وسائل الإعلام التقليدية، وبالتالي فإن فرص التعايش وربما التعاون بين الطرفين ممكنة ومطلوبة. ويقول جيلمور لقد تغيرت أمور كثيرة جداً، لكن المقدمة المنطقية الأساسية التي ينطلق منها اتجاه «نحن الإعلام» لم تتغير، وأعتقد أننا نعيش الأيام الأولي لشيء في غاية الروعة - وربما مخيف قليلاً - وهو عصر قد نستطيع فيه نحن الناس أن نستعيد السيطرة على الأخبار، أنا لا أقصد بكلامي هذا الإيحاء بأن الهواة سيحلون محل المحترفين، ولا أريد أن يحدث ذلك، فنحن نريد نظاماً أيدولوجياً مزدهراً لكلا الفريقين (١١).

هكذا تحل علاقة التعاون والمشاركة بين الإعلام التقليدي وإعلام المواطن محل علاقة الصدام ومحاولة نفي الآخر، ويعمل الطرفان من أجل تقديم الحقائق وكافة وجهات النظر بدون رقيب أو حارس البوابة، وبدون أن يتدخل أي منهما في حرية الآخر وطريقة عمله بهذه الصيغة التي يدعو إليها الاتجاه الثالث والتي أؤيدها شخصياً، وأعتقد أنه يمكن أن تتوصل البشرية إلي صيغ جديدة في العمل الإعلامي تعظم ولا

شك من مشاركة المواطنين وتقلص من هيمنة المؤسسات الإعلامية الكبرى وقواعد العمل فيها والتي أثبتت أبحاث كثيرة أنها قد تعرقل سعي الإعلاميين للوصول للحقائق وتقديمها للجمهور.

لكن تحقيق صيغ التعاون والمشاركة بين إعلام المواطن والإعلام التقليدي يتطلب من الطرفين تقديم بعض التنازلات، وتعلم بعض المهارات الجديدة، لعل في مقدمتها أن يتعلم المدونون بعض قواعد العمل الصحفي الخاصة بتحري الدقة قبل النشر مع احترام قوانين حماية الخصوصية والملكية الفكرية وكفالة حق الرد لمنتقديهم، علاوة على الالتزام بقواعد ومكونات السلوك في تغطياتهم الإعلامية، وفي المقابل على الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية أن يتنازلوا عن بعض الامتيازات وفي مقدمتها حق الصحفي في الحفاظ على سرية مصادره فهذا الامتياز لابد أن يتمتع به أيضاً المدونون، ولابد أيضاً أن يتعامل الإعلاميون المحترفون باحترام وندية مع المدونين ونشطاء إعلام المجتمع.

كذلك يجب على المؤسسات الإعلامية أن تتقبل وجود شركاء أصغر، ولكنهم أكثر حفاظاً على التعددية والتنوع، وربما أكثر قدرة في ظل الأزمة المالية العالمية على زيادة حصتهم من الإعلانات، أي أن المؤسسات الكبيرة عليها أن تتقبل خفضاً في أعداد جمهورها وفي دخلها من الإعلانات، لمصلحة وسائل الإعلام الجديد وإعلام المواطن. تلك المؤسسات العريقة التي تواجه أزمات مالية طاحنة أدت إلي إغلاق العديد من الإصدارات الراسخة، وعندما تكون صحف من نوع «نيويورك تايمز» و «واشنطن بوست» و «لوس أنجليس تايمز» على شفا الإفلاس، أو تواجه أوضاعاً مالية صعبة، يصبح الحديث عن بقاء الصحافة الورقية تمنيات لا وقائع. وبالتالي لابد أن تدرك وتتعلم المؤسسات الإعلامية الكبيرة أن صحيفة «هفنغتون بوست» الإلكترونية باتت الموقع الإعلامي المنافس، لا لـ «الواشنطن بوست » وحدها، بل لكل الصحافة الأميركية المكتوبة. ما من صحفي أمريكي يبدأ نهاره قبل زيارة هذا الموقع الذي يتلقى ثلاثة ملايين ضيفا مميزا كل شهر وأكثر من ثلاثين مليون صفحة رأي. والتي يبلغ عدد قرائها يوميا حوالي ١١ مليون قارئ، وهو رقم لا تصل إليه حالياً أي مطبوعة أمريكية.

الخاتمة:

نموذج هفنغتون بوست يعتبر من عدة زوايا نموذجاً ناجحاً بامتياز، ورائداً في الجمع بين العمل الإعلامي المحترف وبين دعم ومشاركة إعلام المجتمع، وهو ما يطرح عدة تساؤلات حول إمكانية تكراره خارج الولايات المتحدة وربما في مصر، والتي تأخرت في التعرف على إعلام المواطن نظرياً وممارسته عملياً، و حتى الآن لا يرقى عدد المدونات المصرية ومواقع الإنترنت الإخبارية وراديو الإنترنت وشكل ونوعية المحتوى المقدم إلى المستوى العالمي، حيث رصد بعض الدراسات غلبة المحتوى الترفيهي والديني على أغلبها مع اتجاه متزايد لاستخدام المدونات كأداة للمشاركة السياسية والتعبير الحر عن الآراء.

من جانب آخر تأخرت مؤسساتنا الإعلامية الكبيرة في الدمج بين خدماتها التقليدية وخدمات الإعلام الجديد، حيث اقتصرت على نسخ إلكترونية لإصداراتها المطبوعة، ولم يبدأ الاهتمام بالوافد الإعلامي الجديد في مؤسساتنا الإعلامية إلا منذ سنوات قليلة، وحتى الآن فإن المتوافر من خدمات يحتل مكانة متواضعة تحتاج إلى تطوير ودعم يتطلب بالضرورة توجيه مزيد من الاستثمارات. والمفارقة أنه بينما كانت الصحافة الورقية تواجه مشكلات مالية صعبة في العالم إثر الأزمة المالية العالمية، ويتجه كثير من المستثمرين للإعلام الجديد شهدت مصر إصدار عدد من الصحف الورقية، ولم تشهد ضخ مزيد من الاستثمارات في وسائل الإعلام الجديد، رغم توافر بنية اتصالية وخدمة انترنت مرضية، وقاعدة من المستخدمين بلغت ٢١ مليونا و٤٧٥ ألف مستخدم أغلبيتهم من الشباب (١٢).

لكن داخل وخارج هذه الكتلة الشبابية أعتقد أن هناك حاجة ماسه لبذل جهود في مؤسسات التعليم والإعلام والمجتمع المدني لنشر ثقافة الإنترنت ومحو الأمية الرقمية، حتى يمكن توسيع قاعدة المشاركين في إعلام المواطن المصري، وإيجاد مجال عام إلكتروني فعال.

الهوامش

(1) Rob Kling and Ewa Callahan , "Electronic Journals , the internet and Scholarly communication" , In: Annual Review of Information Science & Technology (ARIST) VOL37,2002, Available at: http://www.slis.indiana.edu/csl/wp/wp/wp0104-b.html).

(2) Guido H.Stempel III & Robert K.Stewast, "The Internet Provides Both Opportunities & Challenges for Mass Communication, Researchers", In: Journal & Mass Communication Quarterly , Autumn 2000 , pp.541548-.

(3) Rodriguez, C, "Citizens› Media and their Potential in Contexts of Intense Violence. Preliminary Reflections", Paper presented at the Re-Developing Communication for Social Change Conference, University of Texas, Austin, 1998.

(4) Jay Rosen. "What Are Journalists For? New Haven", (CT: Yale University Press, 1999).

(٥) تقرير المعرفة العربي للعام ٢٠٠٩ ، نحو تواصل معرفي منتج، (برنامج الأمم المتحدة الإنمائي ومؤسسة محمد بن راشد ال مكتوم) .ص ٣١

(6) Stuart Allan, "Citizen Journalism and the Rise of: Mass Self-Communication", Reporting the London Bombings Global media Journal. Issue 1, Volume 1, 2007

(7) Saunders, Barry, "Citizen Media and Investigative Journalism Honors these, Creative Industries - Media and Communication", (Queensland University of Technology),2006.

(٨) دان جيلمور ترجمة نيفين نور الدين ، «الإعلام أساس الصحافة من الجميع ومن أجل الجميع»، (القاهرة ، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية ، ٢٠١٠) ص ١٦ .

(9) Hartley, J. Journalism as a Human Right - the Cultural Approach to Journalism. In M. Loffelholz & D. Weaver (Eds.), Journalism Research in an Era of Globalization, New York: Peter Lang Publishing, 2006.

York: Doubleday.(10) Kensicki, L.J, "No cure for what ails us: The Media-Constructed Disconnect between Societal Problems and Possible Solutions", In: Journalism & Mass Communication Quarterly, 2004.

(١١) دان جيلمور ترجمة نيفين نور الدين ، «الإعلام أساس الصحافة من الجميع ومن أجل الجميع»، مرجع سابق.

(١٢) موقع وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات «بوابة المؤشرات» www.egyptictindicators.gov.eg

رقم الإيداع
١٨٦٢٤ / ٢٠١٢

مطابع الأهرام التجارية - قليوب - مصر

كراسات صحفية وإعلامية

- يكتبها متخصصون وخبراء فى الصحافة والإعلام ويصدرها معهد الأهرام الإقليمى للصحافة.
- تعنى بنشر الدراسات العلمية والأكاديمية والخبرات المهنية حول المفاهيم والإتجاهات الحديثة والتطبيقات الفنية والمهنية صحفيا وإعلاميا.
- تهدف إلى نشر المعرفة والخبرات التطبيقية فى مجال الصحافة والإعلام.

AHRIJ

ahrij@ahram.org.eg

مطابع الأهرام التجارية - قليوب - مصر